

# オートレース 第3次中期基本方針 (案)

○年○月○日 小型自動車競走運営協議会

## 目次

### 1. はじめに

- (1)これまでの中期基本方針の経緯と取組等
- (2)オートレース第3次中期基本方針に向けた基本的な考え方

### 2. オートレース業界の現状

- (1)商品(開催・レース)
- (2)顧客
- (3)販売チャネル
- (4)公営競技市場におけるオートレース

### 3. 社会環境の変化

### 4. オートレースの存在意義(Mission)

### 5. オートレースのあるべき姿(Vision)

### 6. オートレース事業の運営体制

### 7. 本方針における課題(Value)

- (1)あるべき姿の実現に向けた4つの柱
- (2)取組方針
- (3)売上目標

### 8. 終わりに

## 1. はじめに

### (1)これまでの中期基本方針の経緯と取組等

オートレースの売上は平成3年度の3,497億円をピークに平成28年度の654億円まで減少傾向が続いてきた。売上の低迷が続く中、オートレース業界は第1次中期基本方針(平成28年度から令和2年度)においてミッドナイト開催の拡大を掲げ、その結果、目標の700億円を上回る946億円に達した。

第2次中期基本方針(令和3年度から令和7年度。以下「現方針」という。)では、「売上目標1,200億円、施行者営業活動収支18億円」の目標を掲げ、開催日数とインターネット投票の拡大施策を推進した結果、令和6年度の売上は1,176億円、同年度の施行者営業活動収支は23億円となり、最終年には目標に達する見通しである。

これは、全国に5場しか存在しないオートレース場の限られた商圈に対し、インターネットを活用して市場拡大を図るべく「デジタル戦略」を掲げ、新たな技術を活用した映像提供に向けた取組や売上データの分析から見えた顧客ニーズと売上動向を捉え、「1日を通してオートレースをお楽しみいただく」事業運営と開催日数の拡大推進により、新規顧客と売上を着実に伸ばしてきた結果である。また、競輪とオートレースの両方を発売する民間ポータルサイトが認知拡大のきっかけとなり、相互に楽しむ機会が増えたことも売上が伸長する大きな要因となった。

合わせて、競走体系の改善では、オートレースの顔となる選手に対して、様々な取組を推進してきた。特に、近年の活躍がめざましい女性選手については平成23年に44年ぶりの登録があって以降増加を続け、令和7年10月現在27名まで拡大。令和元年にはガールズ王座決定戦が始まり、新たなファン層の開拓やオートレースの魅力向上に貢献している。

関連業界への取組としては、二輪モータースポーツ業界へのPR活動を継続的に実施した結果、平成16年度以降、同業界の出身選手が現在では25名まで増加している。また、ロードレース出身の選手がオートレース最高峰のレースで優勝するなど、業界を代表する選手を輩出している。

プロモーション面では、インターネットを中心とした展開を推進しつつ、オートレース業界のみならず広く認知されている選手を広報に活用し、テレビ出演等マスメディアへの露出強化にも取り組んできた。このような取組を通して新たな顧客も増加傾向にある。

令和3年度及び令和4年度に発生した重大事故対応の関係では、令和5年度に各オートレース場の救護マニュアルについて再発防止の観点から見直しを行い、第三者的な評

価も得た上で改訂を行い、改訂したマニュアルに基づき、年に2回、従業員研修を実施している。加えて、施設面では、令和5年度までに全場で走路の改修を完了した。

一方、サイレンサー付きマフラー、EV 車両の調査研究、排出ガス対策の調査研究の推進及び合成燃料への対応についての検討を行っている。

オートレースの目的である社会還元では、オートレース場での補助事業交付式の実施等を通じたオートレースによる社会還元の浸透に取り組むとともに、補助事業に関する説明会を拡充した結果、補助事業の認知度は徐々に増加しており、補助事業申請件数は令和3年度から令和6年度にかけて2.4倍の2,060件となった。

## (2) オートレース第3次中期基本方針に向けた基本的な考え方

現方針までの取組を通じて、オートレース事業は一定の成長と変革を遂げてきた。特にインターネット投票の拡大やミッドナイト開催の拡大により、新たな顧客層の獲得と売上の回復が実現したことは大きな成果である。

こうした取組を通じ、顧客ニーズを的確に捉え、顧客にオートレースを楽しんでもらうことこそがオートレース事業の活性化に必要であることを再認識した。

一方で、このような急速な変革は新規顧客の流入をもたらしたが、継続的な支持を得るためには顧客体験の価値をさらに向上させることに加え、各関係団体の連携を強化し、新規顧客の定着を図る必要がある。

オートレース第3次中期基本方針(令和8年度から令和12年度。以下、「本方針」という。)においては、これまで積み上げてきた成果を活かし、事業基盤を一層強化するとともに、オートレースの信頼性と社会的意義をさらに高め、持続可能な事業運営の実現を目指していく。

## 2. オートレース業界の現状

### (1)商品(開催・レース)

ミッドナイト開催を中心にインターネット投票による顧客が増加しており、特にこれまで車券購入の少なかった若年層の参加が売上の拡大に大きく寄与している。車立てが少なくわかりやすいミッドナイト開催を入口として参加した顧客が、車立てが多く予想要因が増えるナイター開催やデイ開催へも参加するようになっており、様々な顧客層に1日を通して様々なレースをお楽しみいただく環境が整いつつある。

一方で、インターネット投票シェアの拡大等による売上構造の変化に伴い、インターネット投票の売上シェアが高い施行者の収益は増加傾向にある中、本場の売上シェアが高い施行者の収益が低下している。持続可能な体制を維持するためには、売上分析に基づく開催日程や発走時刻の最適化、競走体系の再構築が必要となっている。

### (2)顧客

インターネット投票の売上拡大に伴い、コロナ禍以降はこれまで車券購入の少なかった若年層の参加が増加している。各オートレース場では施設の改修が進み、来場者に快適な環境を提供することで、地域に根差したレース場運営が行われている。

しかし、増加している若年層の新規顧客にオートレースの魅力が十分に伝わっておらず、継続的なファンとしての定着という面においては課題が残っている。今後はSNSやYouTube等を活用した情報発信や初心者でも楽しめるコンテンツを拡充することでオートレースの魅力を訴求し、顧客の定着を図る。

また、インターネットを通じて、オートレースを知った顧客を本場へ導くような施策を講じて、リアルな体験を提供することでファンの定着を促進する。

### (3)販売チャネル

オートレースの販売チャネルは、従来の本場・場外車券売場に加え、民間ポータルサイトをはじめとするインターネット投票の拡大により多様化してきた。特に、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、外出を伴わない購買スタイルが定着し、インターネット投票の売上が急伸した結果、令和6年度では総売上の8割を占めるに至っている。一方で、本場や場外車券売場での売上は減少傾向にあり、販売構造の変化が鮮明となっている。

オートレースの持続的な発展に向けては、本場及び場外車券売場の来場価値を高める取組が不可欠であるため、インターネットだけでなくリアルでもオートレースを楽しみたいと思えるような取組が求められている。

#### (4) 公営競技市場におけるオートレース

令和6年度の公営競技市場全体の売上は約8兆円と成長基調にあり、オートレースも前年度比で売上を伸ばし、市場成長に一定の貢献を果たしている。他方、公営競技全体に占めるオートレース売上の割合は1.4%にとどまっているところ。これは、他公営競技と比較してレース場が全国5場と少なく、競走開催回数に制限があることや、認知度の低さが売上の拡大を難しくしていることが大きな要因と考えられる。

今後はオートレースの本質的な魅力を今一度定義することで、オートレースのリブランディングを進め、補助事業のPRや地域活性化への貢献といった社会的意義を積極的に発信し、オートレースの認知拡大やイメージアップにつなげていくことが求められる。

### 3. 社会環境の変化

今後、オートレースを取り巻く社会環境は、人口動態や経済情勢、技術革新や国際化の進展など、複数の要因が複合的に作用しながら大きく変化していくことが見込まれる。

少子化の進行により若年人口は縮小し、将来的にオートレースを支える若年層の減少が懸念され、選手やオートレース事業を担う人材の確保にも影響を及ぼす可能性があり、これはオートレース事業の持続性に直結する中長期的な課題である。

さらに、デジタル技術の普及に伴い、スポーツ観戦や娯楽のスタイルは急速に多様化している。オンライン配信や映像表現の高度化は、場所や時間を超えて顧客に利便性を提供する一方で、選択肢を大きく広げ、他の娯楽コンテンツとの競争を一層激化させている。こうした状況への適切な対応が、今後のオートレースの持続的発展を左右することとなる。

加えて、コロナ禍を契機にインターネット投票の利用が拡大し、従来の顧客に加えて若年層の参入が進んだ。これにより、観戦スタイルやインターネットによる情報取得手段が多様化し、オートレース場での体験に加えてオンラインでの楽しみ方やデジタルサービスへの期待が高まっている。こうした顧客ニーズの多様化に柔軟に対応することが求められている。

また、社会的責任への意識が高まる中で、ギャンブル等依存症対策を着実に進めることは、オートレース事業に対する信頼を維持・向上させ、持続可能な発展を支える基盤となる。

#### 4. オートレースの存在意義(Mission)

今後の環境変化に柔軟に対応するためには、オートレース業界として自らの存在意義を再確認し、あるべき姿・方向性を共有し、その実現のための取組を業界全体で推進する必要がある。このため、本方針では、オートレースの存在意義(Mission)、あるべき姿(Vision)、あるべき姿の実現に向けた取組(Value)の視点から検討を行うこととした。

オートレースは、公営競技として、誕生以来70年以上にわたり我が国のレジャー文化を支えてきた。その収益は機械工業の振興や社会福祉、地域振興に還元され、収益を通じて公益を実現するという、公営競技ならではの目的を有している。また、女性選手の参画や、ロードレースなど他競技で活躍していた選手の転身は、オートレースの多様性や魅力を広げている。

さらに、オートレース場は地域社会に根差した公共空間としての側面も有し、レース開催による経済波及効果や雇用創出、地域イベントとの連携を通じて地域活性化に寄与してきた。

社会全体で持続可能性や公共的使命への要請が高まる中、オートレースは「収益の社会還元」「公営競技としての健全な運営」「地域社会との共生」を通じて存在意義を一層明確にし、未来に向けた社会的役割の強化と社会受容性の更なる向上が求められる。

以上を踏まえ、小型自動車競走法に定めるオートレースの目的と、これまでオートレースが社会にもたらしてきた価値・影響を考慮し、オートレースの存在意義を

**「オートレース開催を通じて人々の心を動かす非日常を提供し、その売上・収益を社会に還元することにより、地域の活性化と社会課題の解決に寄与する。」**

と定義する。



## 5. オートレースのあるべき姿(Vision)

オートレースの目的は、その売上・収益を社会に還元することであり、この原点を堅持し続けることがオートレース事業の根幹である。社会還元を持続的に実現していくためには、新規顧客の増加と定着を図り、将来にわたりオートレース事業を発展させていくことが不可欠である。

そのため本方針においては、オートレースの魅力を訴求し、商品力を高め、顧客ニーズを的確に捉えた事業を推進する。また、認知が広がる中で、オートレースが社会と顧客からの信頼により成り立っていることを再認識し、安心・安全で公正な運営を徹底することによって、健全で持続可能なオートレースとしての地位確立を目指す。

また、地域社会においては、オートレース場や場外車券売場が経済波及効果や雇用の創出、地域イベントとの連携等を通じてまちの活性化に寄与していくことが求められる。このような取組を通じてオートレース場は地域住民の交流の場としての機能も高め、多様な世代・背景を持つ人々に開かれた公共空間としての役割を果たしていくことが期待される。

さらに、社会全体に対しては、売上を通じて機械工業振興事業や公益増進を支え、持続可能な社会づくりに貢献していく責務がある。健全で信頼される公営競技としての姿を確立することにより、ギャンブル等依存症対策や公正性・透明性の確保など、社会的責任を果たすことが求められる。

以上を踏まえ、オートレースのあるべき姿は、

**「お客様からの信頼を得られるレース運営と認知向上施策により市場拡大が図られ、持続可能なオートレースの開催と社会貢献の両立が出来ている状態。」**

とする。

## 6. オートレース事業の運営体制

オートレース業界は、施行者をはじめとする多様な関係者の役割を明確に位置づけ、各組織が担うべき責務を果たすことで成り立っている。今後も関係者と連携し、小型自動車競走運営協議会等の場を通じて、事業運営に関する重要事項を審議し、オートレース事業の持続可能な発展に取り組む。

### 【オートレース施行者】

オートレースの施行者は、小型自動車競走法に基づき施行権を持つ地方公共団体であり、オートレースの売上等を通じて地域社会に還元している。あわせて、関係者と連携しながら、オートレースの健全な運営と地域振興に取り組む。

### 【全国小型自動車競走施行者協議会】

全国のオートレース施行者を会員とする団体であり、小型自動車競走運営の連絡調整、小型自動車競走に関する調査、啓蒙宣伝及び情報の収集などを担っている。こうした役割を踏まえ、施行者を取りまとめ、業界全体としての意思統一を図る。

### 【小型自動車競走振興法人(JKA)】

法定業務を着実に実施するとともに、特に1・2号交付金を原資とする補助事業を最重要業務と位置づける。その継続的实施のため、公正かつ収益性の高いオートレースの施行を確保し、オートレース施行者と連携して売上向上に向けた企画立案を担う。あわせて、オートレースの公正かつ安全な実施を確保するための制度構築(諸規定の制定等)についても、法定業務として遺漏無き対応を行う。

### 【競走実施法人(競走会)】

地方公共団体の行政事務の一部の委託を受けて、小型自動車競走の公正かつ円滑な実施を図るとともに、関係者と連携しながら安全なレース運営に取り組む。

### 【全日本オートレース選手会(選手)】

選手は自己の利益を追求する個人事業主であると同時に、顧客とオートレースの接点の役割を担う。選手及び選手会はこの立場等を踏まえ、選手目線によるオートレース界全体の向上、発展に貢献する。

**【オートレース振興協会】**

オートレース振興協会は、オートレースの競走車、基幹システム、広報等の業務を関係者ととも担う法人であるという立場を踏まえ、オートレースの発展と顧客の利便性向上に取り組む。

**【民間事業者】**

車券発売受託事業者等は、オートレース事業を構成する一員としての自覚を持ち、適法かつ確実な業務運営を徹底するとともに、オートレース事業全体の発展に寄与するため、関係者との強固な協力体制を構築する。

## 7. オートレース第3次中期基本方針における課題(Value)

### (1)あるべき姿の実現に向けた4つの柱

本方針においては、前項で示したオートレースの存在意義(Mission)及びあるべき姿(Vision)を踏まえ、その実現に向けた取組(Value)を「4つの柱」として整理することとした。

- 地方財政への貢献と社会還元の浸透
- 事業体制の改編
- オートレースのリブランディング
- 認知度向上と顧客エンゲージメント強化による市場拡大

これらの「4つの柱」に加えて持続可能なオートレースの運営に向け対応が必要な個別の課題について、取組方針を策定し、推進していく。

## (2)取組方針

### 1 地方財政への貢献と社会還元の浸透

オートレースは小型自動車競走法に基づき、機械工業振興・公益増進・地方財政健全化といった社会還元を目的として行われている。その本質を全てのオートレース関係者が改めて認識し、オートレースが地域の活性化や社会課題の解決に資する存在であることを、広く社会に浸透させていく必要がある。

#### ① 時代のニーズに即したメニューによる支援【JKA】

効果事例の検証も踏まえつつ、時代のニーズを的確に捉えた補助事業メニューの検討・設計を進めるとともに、少子高齢化、防災、移動困難者支援など、顕在化・深刻化していく社会課題に対応した社会貢献のあり方を模索していく。さらに、補助事業を継続的に実施していく中で、将来的には「未来の補助事業の顔」となる象徴的なコンテンツを見出していく。

#### ② オートレースの社会的価値の発信強化【JKA】

商業施設やスポーツイベント等での補助事業の広報イベントブースの出展といった取組を継続的に実施し、その価値や意義及びオートレースが社会を支える仕組みであることを広く認知してもらうとともに、補助事業の成果や背景にあるストーリーを積極的に発信することで、「社会に貢献するオートレース」というイメージを浸透させ、更なる認知拡大を目指す。

#### ③ オートレースによる地域活性化への貢献【施行者】

各施行者は、主催するオートレースの収益を様々な形で地域に還元しており、オートレース事業が地域財政を支える重要な基盤であると同時に、オートレース場は地域住民にとって開かれた公共空間としての役割も果たしている。その意義を、自治体の広報、公共施設内の掲示ほか、地域メディアなどを通じて広く発信していく必要がある。

オートレースの売上等を通じて地方財政及び地域への貢献を引き続き図るとともに、地域活性化への貢献を広報していく。また、各自治体での取組事例を共有し、更なる連携と発展を促進する。

## 2 事業体制の改編

インターネット投票シェアの拡大による売上構造の変化に伴い、インターネット投票への依存度が高い施行者では収益が増加している一方で、本場売上への依存度が高い施行者では収益の低下が表れている。オートレース事業を持続可能な体制に維持するために、環境変化に応じた事業体制への改編を進めていく。

### ① 事業体制の改編【JKA】【施行者】【競走会】【選手会】

現方針においては、無観客のミッドナイト開催を中心に、開催日数の拡大を推進し、その結果、売上は増加したが発売チャンネルの変化に伴う各施行者の経費構造に則した運営体制への改編が求められている。

売上分析に基づく開催日程や発走時刻の最適化、現在の事業体制に基づく選手制度の再構築、経費削減の取組を進め、オートレース事業を顧客にとってより親しみやすく、魅力ある商品を提供できるモデルへと進化させる。これにより、効率的かつ持続可能な運営を実現し、安定的な 5 場体制の確立を目指す。

### ② 魅力ある競走体系の構築【JKA】【施行者】【競走会】【選手会】

オートレースの新たな魅力の創出が求められている中、競走体系や SG 競走等の開催内容について整理及び見直しを行う。併せて実力のある新人選手が早期に活躍できる可能性について検討を進める。さらに、ガールズ戦のブランド力向上を図り、魅力的なオートレースの提供を目指す。

### 3 オートレースのリブランディング

オートレースの根源的な商品価値と訴求のポイントを整理刷新し、メインメッセージとなる業界スローガンやビジュアルも含めたリブランディングを行う。リブランディングは、新たな市場拡大戦略と連動し、新たなターゲットへの訴求策を推進する。

#### ① ブランド刷新とイメージアップ【JKA】【施行者】【オ振協】

平成 24 年以来、ブランドイメージの刷新を行っておらず、近年の市況(インターネット販売を中心とした売上拡大)やターゲット(ミッドナイト開催から流入する若年層の増加等)の変化への対応が急務である。

オートレースが本来持つ「迫力」や「熱気」といった本質的価値を今一度定義し、若年層を中心とした幅広い層に訴求できる内容にブランド全体の印象を刷新する取組を実施する。また、オートレースのリブランディングを広く周知し、認知拡大、オートレースのイメージアップに繋げる。

#### ② オートレースの露出拡大によるブランド構築【JKA】【施行者】【オ振協】【選手会】

他の公営競技と比較して競走場が少なく、認知度の低さが長年の課題である。また、初心者からオートレースの理解を深めた中・上級者までいる中で、顧客の理解度に応じた情報の充実・提供が必要となっている

顧客のオートレースに対する理解度に応じた情報提供を行い、より理解を深めてもらうとともに、競技としての面白さを知ってもらうためのコンテンツ・接点を増やし、オートレースへの継続的な興味・関心を生み出していく。併せて、顧客が求める情報に迷わずアクセスできるように公式コンテンツの導線等の整理を検討する。

また、公営競技広告・宣伝指針に従い、コンテンツ内でギャンブル等依存症対策について引き続き推進していく。

#### 4 認知度向上と顧客エンゲージメント強化による市場拡大

オートレース場に来場経験がなくインターネット投票のみで楽しむ若年層の新規顧客が増加しており、顧客の導線や体験価値が大きく変化している。オートレースの持続的な発展のため、新規顧客の定着に向けたオートレースの魅力を伝えるコンテンツの拡充や本場及び場外車券売場への来場価値を高める取組を進める。

##### ① 新規顧客の定着促進【JKA】【施行者】【オ振協】

ミッドナイト開催を契機として、若年層の新規顧客獲得が続いているが定着率が低く、初心者向けの情報発信の拡充が課題である中、初心者がオートレースを理解できるようなコンテンツを拡充するとともに、SNS や YouTube 等において、中継映像や車載カメラ等を活用した情報提供の充実等を通じ、「つながり」「共感」を意識した興味喚起を促す交流の場を作り、新規顧客の定着率の向上を図る。

##### ② 本場への来場促進【JKA】【施行者】【オ振協】【競走会】【選手会】

オートレースの売上は順調に推移しているものの、新規顧客の多くはインターネット経由での購買が中心であり、本場及び場外車券売場への来場者数は減少傾向となっている。このためオートレースの持続的な発展に向けて、本場・場外車券売場がイベント等の事業を開催し来場者増加を図るとともに、インターネットでオートレースを知った顧客を本場に来て頂けるよう、「体験型拠点」としての役割やホスピタリティの向上を目指す。また、ファン同士や選手との交流等を促進し、「つながり」「共感」によるオートレースへの興味を喚起させ顧客の定着促進に努める。



## 5 その他

オートレースを将来にわたり持続可能な公営競技とするためには、新規選手の発掘・育成、持続的な運営を支えるインフラ整備、カーボンニュートラルへの対応の三つの視点から基盤を強化する必要がある。

### ① 新規選手の発掘と育成【JKA】【選手会】【競走会】【施行者】【オ振協】

オートレース選手養成所の応募者数については、毎年養成の実施に加えて、募集要件の緩和、養成費用の無償化などの施策を実施してきたことで、少子高齢化が進む中でも大きく減少することなく推移している。

しかし、今後もオートレースを持続的に発展させていくためには、更に高い水準の技術・知識を習得させられるような教育訓練の質的向上と養成環境の整備が求められている。

大学等の教育機関や他プロスポーツ団体との連携、モータースポーツイベント等への出展、日本競輪選手養成所やオートレース関係団体と連携した選手候補生募集活動を強化する。また、教育訓練の質的向上と養成環境の整備による競技力の向上について検討していく。

### ② 持続可能な運営のためのインフラ整備【施行者】【オ振協】【JKA】

オートレース場施設の老朽化への対応など、選手が競走に集中できる環境整備を進めるべく必要に応じた施設改修を実施する。また、令和 11 年度の ASC4 システム更改に向けたスケジュールの作成、優先順位を考慮した要件定義作成と機能実装に向けた作業を進める。さらに、AutoRace.JP 投票における商品見直しや情報提供の強化を行い、魅力の向上を図る。

### ③ カーボンニュートラルへの対応【オ振協】【JKA】【施行者】【競走会】【選手会】

カーボンニュートラルに関する取組については費用対効果や市場導入時期などを見極めながら採否を判断していく必要がある。そのため、本方針においては令和 12 年以降に商用化が予定されている合成燃料の現行エンジンへの導入の可能性についてエンジンメーカー等と連携を図りながら、石油元売会社における開発状況等の情報収集を引き続き行う。

### (3)売上目標

オートレースの売上は、令和 6 年度に 1,176 億円となっており、現方針で掲げた当初目標(1, 200億円)の実現が見込まれる。

一方で、売上は堅調に推移しているものの、開催日数は既に上限に達しつつあり、物価高騰に伴う景況感の悪化や人口減少による顧客減少が懸念されるなど、売上を取り巻く環境は一層厳しさを増している。

このため、オートレースの令和 7 年度 8 月時点の対前年売上成長率を基準に、成長率が令和 12 年度まで対前年売上成長率が漸減すると予測。開催日数が上限に達しつつあり、日数増加による売上拡大施策に限りがあることを考慮し、本方針の売上目標は「1,300 億円」とする。

## 8. 終わりに

本方針において掲げているオートレースの「あるべき姿」は、ここに示した「地方財政への貢献と社会還元の浸透」「事業体制の改編」「オートレースのリブランディング」「認知度向上と顧客エンゲージメント強化による市場拡大」という4つの柱及び持続可能なオートレースの運営に必要な取組を、関係する全ての方々が具体的な行動として着実に実行していくことで実現すると考える。

オートレースは顧客からの信頼を得られるレース運営と認知向上施策により市場拡大が図られ、持続可能なオートレースの開催と社会貢献の両立を目指していかなければならない。そのために、我々は一丸となり、各々の立場を超えて知恵を出し合い、その実現に向け邁進していく所存である。